

Таким чином, якість житлово-комунальних послуг повинна відповідати стандартам та встановленим нормативам якості послуг й одночасно повністю задовольняти потреби споживачів.

Література:

1. Исмаилов Э. А. Повышение эффективности системы управления функционированием жилищно-коммунального хозяйства посредством создания эффективно работающей системы управления качеством / Э. А. Исмаилов // *Реконструкція житла: Інформаційні технології*. – 2005. – №6. – С. 408–412.
2. О разработке и внедрении системы менеджмента качества жилищно-коммунальных услуг. URL: <http://www.omsktest.ru/>.
3. Малюта О. В. Удосконалення організації надання житлово-комунальних послуг / О. В. Малюта // *Менеджер: ДонДУУ*. – 2008. – №4 (46). – С. 184–189.

ДО ПИТАННЯ МАРЖИНАЛЬНОГО ФАКТОРНОГО АНАЛІЗУ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

В. О. КОСТЮК, канд. екон. наук, доц. кафедри економіки підприємств, бізнес-адміністрування та регіонального розвитку

Д. В. СОКОЛОВ, ст. викл. кафедри економіки підприємств, бізнес-адміністрування та регіонального розвитку

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Є. М. КАЙЛЮК, канд. екон. наук, проф. кафедри економіки і менеджменту
Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди

Прибуток – це кінцевий фінансовий результат діяльності підприємства, що характеризує абсолютну величину ефекту його роботи. В умовах ринку прибуток є найважливішим узагальнюючим показником у системі оцінювальних критеріїв ефективності виробничої, комерційної і фінансової діяльності підприємства. Він характеризує якість господарювання підприємства за всіма напрямками його діяльності і становить основу економічного розвитку будь-якого об'єкта управління та зміцнення його фінансових відносин з партнерами. Окрім цього, прибуток є основним джерелом фінансування витрат на виробничий і соціальний розвиток підприємства, найвагомішим джерелом централізованих ресурсів держави. Це означає, що у збільшенні прибутку зацікавлені як підприємство, так і держава.

З огляду на це, основним завданням аналізу прибутку є: обґрунтування бізнес-плану (прогнозу) прибутку та вибір найкращого варіанта; оцінка виконання бізнес-плану прибутку та вивчення динаміки цього показника за ряд періодів; визначення та вимір впливу найважливіших факторів на зміну абсолютної величини прибутку; виявлення наявних резервів збільшення прибутку та розробка конкретних заходів щодо їх використання[4].

Тому при вирішенні цих задач велику увагу слід приділяти факторному аналізу прибутку, тобто визначенню впливу окремих чинників на його зміну.

Крім цього, треба підкреслити, що велику роль в обґрунтуванні управлінських рішень щодо отримання максимального прибутку відіграє маржинальний підхід до аналізу цього показника, основою якого є поділ усіх затрат підприємства на умовно-постійні та умовно-змінні за певний період часу і використання у процесі дослідження прибутку показника маржинального доходу.

Виходячи з вищенаведеного, пропонується при факторному аналізі прибутку використовувати наступну мультиплікативну модель цього показника, що являє собою добуток таких факторів: обсяг реалізації продукції в натуральному виразі, ціна одиниці продукції, частка маржинального доходу у загальній величині виручки від реалізації продукції, питома вага прибутку у загальній величині маржинального доходу [1;2;3].

Розрахунок впливу цих чинників на зміну досліджуваного показника прибутку пропонується здійснювати за допомогою індексної модифікації методу ланцюгових підстановок, яка передбачає використання під час аналітичних обчислень індексів факторних показників. У цьому випадку роздільний вплив зазначених факторів на зміну прибутку підприємства рекомендується обчислювати за наступною методикою:

вплив обсягу реалізації продукції в натуральному виразі обчислюється шляхом перемноження абсолютної величини прибутку базового періоду і відносного приросту обсягу реалізації продукції у звітному періоді стосовно базового;

вплив ціни одиниці продукції визначається шляхом перемноження абсолютної величини прибутку базового періоду , індексу обсягу реалізації продукції і відносного приросту ціни одиниці продукції;

вплив частки маржинального доходу у загальній величині виручки від реалізації продукції розраховується шляхом перемноження абсолютної величини прибутку базового періоду , індексу обсягу реалізації продукції , індексу ціни одиниці продукції і відносного приросту частки маржинального доходу у загальній величині виручки від реалізації продукції;

вплив питомої ваги прибутку у загальній величині маржинального доходу обчислюється шляхом перемноження абсолютної величини прибутку базового періоду, індексу обсягу реалізації продукції , індексу ціни одиниці продукції, індексу частки маржинального доходу у загальній величині виручки від реалізації продукції і відносного приросту питомої ваги прибутку у загальній величині маржинального доходу.

Наведена методика факторного аналізу прибутку дає можливість підвищити рівень аналітико-синтетичної роботи на підприємстві, дослідити вплив окремих чинників на зміну досліджуваного показника, використати результати такого аналізу при прийнятті і обґрунтуванні відповідних управлінських рішень.

Література:

1. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства: навч. посібник / Т. Д. Костенко, Є. О. Підгора, В. С. Рижигов [та ін.]. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 400с.

2. Костюк В. О. Техніко-економічний аналіз діяльності підприємств міського господарства: підручник / В. О. Костюк ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. – 233 с.
3. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства: навч. посібник / Г. В. Савицька. – Київ: Знання, 2004. – 654 с.
4. Тарасенко Н. В. Економічний аналіз діяльності промислового підприємства: навч. посібник / Н. В. Тарасенко. – Київ: Алерта, 2003. – 485 с.

ВИКОРИСТАННЯ СТАТИСТИЧНИХ МЕТОДІВ І МОДЕЛЕЙ В УПРАВЛІНСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В. О. КОСТЮК, канд. екон. наук, доц.,
доц. кафедри економіки, бізнес-адміністрування та регіонального розвитку
*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Для прийняття та обґрунтування управлінських рішень особливого значення і актуальності набуває використання для цього статистичних методів і моделей. Діапазон застосування статистичних методів і моделей в управлінській діяльності підприємства досить широкий. Перш за все, це стосується підготовки статистичної інформації для розробки управлінських рішень, її реєстрації, обробки, групування по різних ознаках, обчислення абсолютних і відносних показників, їх аналізу, порівняння з відповідними критеріями і на цій основі виявлення проблем і способів їх розв'язання на базі практичного досвіду.

Потім статистичні методи і моделі застосовуються на етапі реалізації управлінських рішень, а саме, під час контролю їх використання та оцінювання ефективності отриманих кінцевих результатів. Статистичний факторний аналіз є також засобом глибокого і всебічного висвітлення механізму соціально-економічного розвитку підприємства і на цій основі сприяє дійовому впливу на них прийняттям різноманітних управлінських рішень. Важливу роль при цьому відіграють визначені за допомогою статистичних методів параметри досліджуваних соціально-економічних явищ і процесів, які протікають на тому чи іншому підприємстві, щодо їх обсягу, складу, структури, динаміки, взаємозв'язку, що притаманні окремим об'єктам управління. Крім цього слід підкреслити, що для наочності і обґрунтування управлінських рішень широко використовуються статистичні таблиці і графіки, як методи і моделі дослідження [1].

Застосування статистичних методів і моделей в управлінській діяльності підприємства визначається поставленими при цьому завданнями, суттю і особливостями соціально-економічного явища, що вивчається, і залежить від характеру та якості вихідної інформації, отриманої під час проведення статистичного дослідження. Відомо, що будь-яке статистичне дослідження, яке проводиться на досліджуваному об'єкті управління, включає в собі три послідовно виконуваних етапи: статистичне спостереження, статистичне